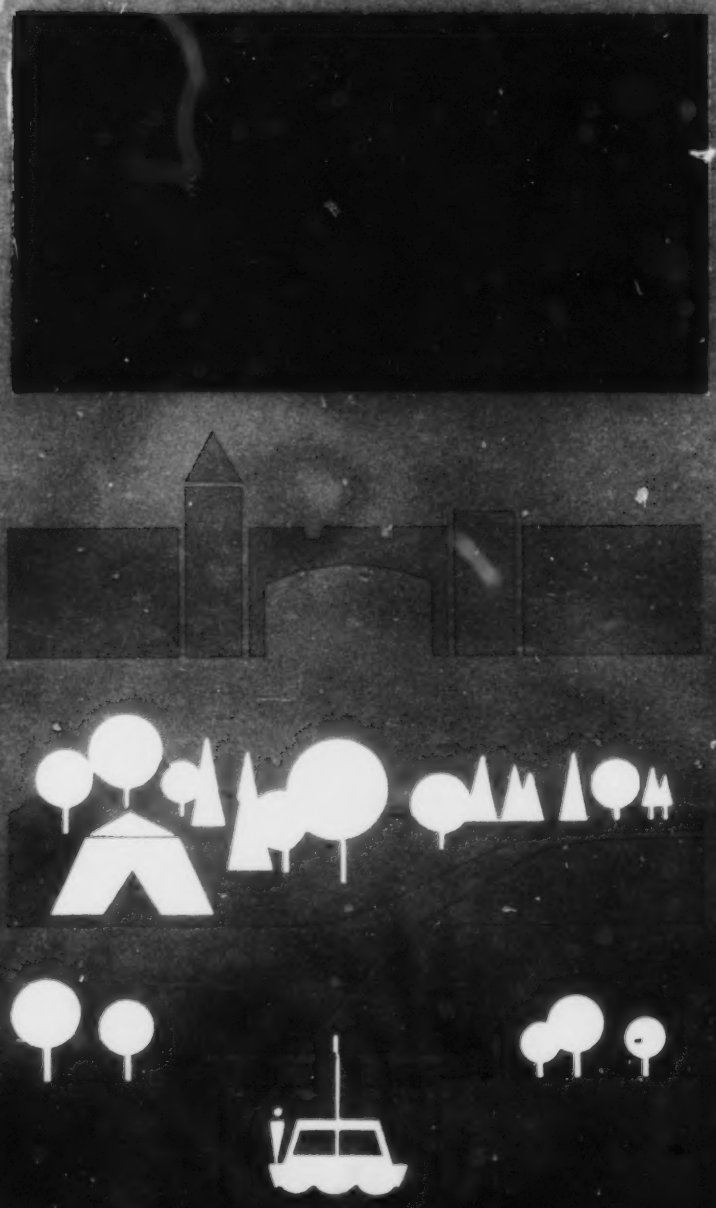


Environnement Canada
Service canadien des parcs

Environment Canada
Canadian Parks Service

Canada

92-07062/

ÉTUDE SUR LES VISITEURS ET LEURS BESOINS AU LIEU HISTORIQUE NATIONAL DE LA BATAILLE-DE-LA-CHÂTEAUGUAY

RAPPORT DE RECHERCHE

SAISON ESTIVALE 1990

Mars 1992

Numéro d'enregistrement
DOE/CPS-015-03520

Section politiques et recherche
Service canadien des parcs
Environnement Canada
Région du Québec

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....1

CHAPITRE I : ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES.....7

1.1. La population d'enquête.....9

1.2. La conception de l'échantillon et procédures d'enquête.....9

1.3. Le questionnaire.....11

1.4. La collecte des données.....12

CHAPITRE II : ANALYSE DES RÉSULTATS.....15

2.1. Le profil des visiteurs.....17

2.1.1. L'origine.....17

2.1.2. La langue utilisée.....18

2.1.3. Le type et la taille du groupe.....19

2.1.4. L'âge.....22

2.1.5. La scolarité.....23

2.2. Le contexte de la venue au site.....24

2.2.1. La raison principale du voyage.....24

2.2.2. La durée du voyage.....25

2.2.3. La durée du séjour dans la région du site.....26

2.2.4. Le type de véhicule utilisé pour se rendre au site.....27

2.2.5. La première source d'information sur l'existence du site et celle incitant à le visiter.....28

2.3. La visite du site.....31

2.3.1. L'importance de la visite dans le déplacement.....31

2.3.2. La fréquence de visite du site et de sites similaires.....32

2.3.3. La raison principale de la venue au site.....34

2.3.4. La durée de visite.....35

2.3.5. L'appréciation des divers aspects de la visite.....37

2.3.6. La connaissance de certains éléments de la thématique du site.....39

2.4. Les commentaires ou suggestions formulées par les visiteurs.....40

2.4.1. L'intention de revenir au site.....40

2.4.2. Les activités ou services additionnels.....41

2.4.3. Les commentaires ou suggestions exprimées.....41

CHAPITRE III : RÉSUMÉ ET CONCLUSION.....43

ANNEXE A : QUESTIONNAIRE FRANÇAIS - VISITEUR HORS GROUPES ORGANISÉS

ANNEXE B : LOCALISATION DU LIEU HISTORIQUE NATIONAL DE LA BATAILLE-DE-LA-CHÂTEAUGUAY DANS LA RÉGION ADMINISTRATIVE DE LA MONTÉRÉGIE

ANNEXE C : SUGGESTIONS ET COMMENTAIRES INTÉGRAUX

LISTE DES GRAPHIQUES

CHAPITRE II : ANALYSE DES RÉSULTATS

Graphique 1 : Origine des visiteurs.....18

Graphique 2 : Origine des visiteurs (région de Montréal).....18

Graphique 3 : Répartition des répondants francophones selon leur provenance.....19

Graphique 4 : Taille des groupes de visiteurs.....20

Graphique 5 : Type de groupes des visiteurs.....21

Graphique 6 : Âge des visiteurs.....22

Graphique 7 : Scolarité des visiteurs.....24

Graphique 8 : Raison du voyage des visiteurs.....25

Graphique 9 : Durée du voyage des visiteurs.....26

Graphique 10 : Durée du séjour des visiteurs-touristes dans la région du site.....27

Graphique 11 : Type de véhicule utilisé par les visiteurs.....28

Graphique 12 : Première source d'information sur l'existence du site.....29

Graphique 13 : Répartition des répondants dont ils ont appris l'existence du parc la première fois (par le bouche-à-oreille/autres parcs ou sites) et leur provenance.....30

Graphique 14 : Source d'information qui a incité les visiteurs à visiter le site.....31

Graphique 15 : Importance de l'arrêt au site au cours du voyage des visiteurs.....32

Graphique 16 : Nombre de visites au site par les visiteurs au cours des deux dernières années.....33

Graphique 17 : Répartition des visiteurs qui ont visité ou prévoient visiter certains sites similaires de la région immédiate du site.....34

Graphique 18 : Raison principale de la venue des visiteurs au site.....35

Graphique 19 : Durée de la visite du site.....36

Graphique 20 : Appréciation des visiteurs sur certains éléments d'exposition du site.....38

Graphique 21 : Connaissance des visiteurs sur certains éléments de la thématique du site.....40

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Le lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay est situé à une quarantaine de kilomètres au sud-ouest de Montréal. Ce site commémore la victoire, en 1813, des troupes canadiennes commandées par le lieutenant-colonel Charles-Michel de Salaberry sur l'armée d'invasion américaine. Les vastes salles du centre d'interprétation offrent d'intéressantes découvertes aux visiteurs, amateurs d'histoire, de stratégie militaire et de généalogie qui fréquentent le site chaque année.

En 1990, en douze mois d'exploitation, la fréquentation du site affichait 4 420 visiteurs hors groupes organisés dont environ 90 % avaient effectué leur visite entre le 1er juin et le 30 septembre. Globalement, depuis quatre années consécutives, le nombre de ces visites n'a fait que diminuer, totalisant 6 960 visiteurs hors groupes organisés en 1987, 6 404 en 1988 et 4 285 en 1989.

Le Service canadien des parcs conduisait, en 1990, pour une deuxième année consécutive, un sondage auprès des visiteurs hors groupes organisés du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay par le biais d'un micro-ordinateur. En 1989, d'importantes irrégularités ont été commises lors de la sélection des répondants. Ces irrégularités ont soulevé de sérieux doutes sur la validité de l'échantillon obtenu et sur la qualité de l'information qui pouvait en découler. La collecte de données telle qu'elle fut en partie effectuée ne satisfaisait pas aux normes de rigueur scientifique et d'exactitude attendues. Pour ces raisons, il a été décidé de ne pas procéder à l'analyse des données recueillies au cours de l'été 1989. Ainsi, une nouvelle collecte de données a été organisée durant la saison d'exploitation 1990 en utilisant le même matériel d'enquête qu'en 1989 (logiciel, ordinateur, etc.) et en assurant un suivi des procédures d'échantillonnage.

Cette collecte de données de 1990 a permis d'obtenir une taille échantillonnale pouvant fournir des estimations d'ensemble avec une marge d'erreur convenable. Cet échantillon est donc statistiquement représentatif de la clientèle reçue en 1990 au site. C'est plutôt la saison 1990 qui ne peut être taxée de «représentative» au début des années 1990 en raison du contexte socio-politique.

Le présent rapport résume donc l'analyse des données recueillies par le biais d'une enquête conduite auprès des visiteurs hors groupes organisés du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay à l'aide d'un questionnaire sur micro-ordinateur. Cette enquête a été réalisée auprès de 149 répondants ayant visité le site durant la saison estivale soit entre le 9 juin et le 2 septembre 1990.

Deux buts étaient poursuivis par la mise en oeuvre de cette étude. En premier lieu, l'étude devait permettre de constituer une base de données sur les visiteurs hors groupes organisés du site de façon à mieux les connaître, à vérifier leur niveau d'appréciation du site, à identifier leurs intérêts et à définir leurs besoins. Ces informations aideront à la planification des activités du site pour les années à venir et à une éventuelle planification des interventions d'un programme de promotion. En deuxième lieu, elle rendait possible la collecte d'informations permettant d'évaluer certains paramètres nécessaires à l'estimation des différentes statistiques de fréquentation. Finalement, cette étude ne visait pas à obtenir une base de données sur les visiteurs en groupes organisés étant donné qu'il y a déjà une somme d'information importante et pertinente sur cette clientèle actuellement. Ainsi, tout au long du document, quand il sera question de «visiteurs», cela fera référence aux visites réalisées par des visiteurs hors groupes organisés.

Plus spécifiquement, cette étude avait pour objectif de :

- dresser le profil socio-démographique des visiteurs du site et à connaître le contexte de leur déplacement;

- évaluer le niveau de service nécessaire et les attentes des visiteurs;

- aider à la gestion et à la planification des activités du site pour les années à venir;

- aider à une éventuelle planification des interventions d'un programme de publicité (promotion et publicité);

- vérifier si certains messages spécifiques véhiculés au site ont atteint les visiteurs et ont été compris.

Le présent rapport comprend trois grands chapitres. Le chapitre I décrit brièvement l'aspect méthodologique de l'enquête réalisée en 1990. Le chapitre II présente les résultats de l'étude et le chapitre III comprend un résumé et une conclusion.

Enfin, l'analyse des résultats comprend quatre grandes sections. La première met en relief le profil des visiteurs, la deuxième analyse le contexte de la venue au site, la troisième décrit les caractéristiques de la visite du site et finalement, la quatrième section traite des commentaires ou suggestions recueillis auprès des visiteurs.

CHAPITRE I

ASPECTS MÉTHODOLOGIQUES

Pour répondre à des besoins en information sur le profil des visiteurs (provenance, langue, âge, scolarité et taille des groupes), sur leur voyage ou déplacement (durée, type d'hébergement, véhicule utilisé et source d'information incitant à la visite) ainsi que sur leur expérience de visite (fréquence de visite, raison de la venue, durée et appréciation de certains aspects propres au site), le Service canadien des parcs conduisait un sondage auprès des visiteurs du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay par le biais d'un questionnaire administré par micro-ordinateur.

Cette section présente la méthodologie utilisée dans le cadre de cette étude sur les visiteurs et leurs besoins au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay; les résultats font l'objet du présent rapport. Les résultats administratifs reliés à la collecte des données sont présentés à la fin de cette section.

1.1. LA POPULATION D'ENQUÊTE

La population d'enquête de cette étude est l'ensemble des visiteurs, âgés de 12 ans ou plus, du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay durant la saison estivale 1990 (entre juin et septembre 1990).

1.2. CONCEPTION DE L'ÉCHANTILLON ET PROCÉDURES D'ENQUÊTE

Cette étude a été conduite par le biais d'entrevues assistées par ordinateur auprès d'un échantillon aléatoire de 207 personnes pour la clientèle estivale. Cet échantillon aléatoire a permis de rejoindre 149 répondants. La taille échantillonnale obtenue permet des estimations d'ensemble présentant une marge d'erreur convenable. En effet, l'échantillon obtenu durant l'enquête, quoique présentant de grandes marges d'erreur (de l'ordre d'environ 8 %), est statistiquement représentatif de la clientèle reçue en 1990 au site. C'est plutôt la saison 1990 qui ne peut être taxée de «représentative» des fréquentations du site au début des années 1990 (contexte socio-politique). De plus, l'étude permet d'analyser les répondants appartenant à la catégorie «hors groupes organisés» et non à la catégorie de répondants en groupes organisés pour les raisons évoquées précédemment. Par ailleurs,

trois répondants en groupes organisés ont malgré tout répondu au questionnaire. Ceux-ci ont été transférés dans la catégorie des visiteurs hors groupes organisés.

La base de sondage était composée de visiteurs âgés de 12 ans ou plus entrant au site durant toutes les heures d'ouverture (10 h à 18 h). Des difficultés inhérentes à l'administration de l'étude ont été observées. En effet, cette étude a été administrée, en grande partie, par les employées du site qui avaient comme première préoccupation le service à la clientèle et non la tenue de l'enquête. Afin que le personnel sur place puissent procéder à l'administration de l'étude, la constitution d'un échantillon proportionnel à la fréquentation fut réalisée durant des périodes plutôt restreintes à chaque mois de l'enquête.

Ainsi, suivant un processus de dénombrement des visiteurs âgés de 12 ans ou plus et ce, tous les jours des périodes d'enquête, un visiteur choisi au hasard à l'aide d'une table de nombres aléatoires était invité à participer à l'enquête en se présentant à la fin de sa visite pour remplir un court questionnaire administré par micro-ordinateur. Pour améliorer la participation à l'étude, lorsqu'un groupe de visiteurs se présentait et était sélectionné, on choisissait alors la personne du groupe (12 ans et plus) ayant sa date d'anniversaire la plus rapprochée de la journée d'enquête; une identification visuelle de la part du préposé à l'étude devait permettre de repérer facilement les visiteurs préalablement sélectionnés pour être invités à répondre par eux-mêmes, avant de quitter les lieux, au questionnaire administré à l'aide d'un logiciel d'enquête «user friendly».

La saisie informatique des réponses aux questionnaires se faisant automatiquement, le personnel en place était assuré la plupart du temps de l'intégrité de la base de données. Des instructions particulières avaient été prévues pour l'enregistrement des cas de refus de répondre car des visiteurs pouvaient refuser de participer à l'enquête ou tout simplement à ce type de projet avec utilisation d'un micro-ordinateur. Les visiteurs se présentant généralement sur une base volontaire ont parfois omis de le faire même si,

lors de leur arrivée, ils avaient accepté de participer à l'enquête; la seule trace laissée par ces visiteurs est leur inscription comme futur répondant à la «feuille de suivi de l'échantillonnage» remplie par le préposé à l'enquête.

Toutefois, certains problèmes d'administration de l'étude ont été observés au cours de la période d'enquête :

- la situation particulière à ce site a rendu la sélection du répondant à l'entrée et le suivi difficile. Les guides effectuaient une rotation, sur une base horaire, à trois postes;

- la version papier du questionnaire aidait à minimiser l'attente des répondants lorsque l'ordinateur était occupé. Cependant, le format de cette version devrait être plus pratique pour le répondant, car il est trop volumineux;

- l'assistance d'une personne en charge de l'étude, durant certains jours, a été utile. Lorsque de telles ressources ne sont pas prévues, il faut mieux évaluer l'adaptation physique et temporelle des guides en fonction des exigences de l'étude et ajuster le plan d'échantillonnage en conséquence, en sélectionnant les visiteurs à la sortie, par exemple, pour éviter un «stress» chez certains visiteurs.

1.3. LE QUESTIONNAIRE

Les questionnaires anglais et français (voir l'annexe A - questionnaire français), d'une durée moyenne de 8 à 9 minutes, comportent au maximum 47 questions qui sont affichées à l'écran du micro-ordinateur. Une question à la fois est proposée suivant des cheminements logiques qui tiennent compte des réponses antérieures fournies par le répondant. Une validation des réponses est effectuée lorsqu'il est possible; aussi, le visiteur peut corriger la réponse à la question qui précède celle affichée à l'écran en tout temps. D'ailleurs, tout, dans la façon de participer et de répondre au

questionnaire, a été simplifié de manière à mettre en confiance celui qui ne possède aucune expérience de l'informatique. De plus, une brève introduction du contexte de l'enquête et la présentation de la première question étaient effectuées par le préposé pour le bénéfice du répondant.

Des copies anglaises et françaises des questionnaires étaient mises à la disposition du répondant lorsque ce dernier préférait remplir un questionnaire lisible sur papier. L'entrée de ces données était alors assumée ultérieurement par le préposé à l'enquête.

Pour plus de précisions, le lecteur peut consulter le manuel de l'usager du Système SAM (nom donné par le concepteur à son logiciel adaptable à d'autres enquêtes pour d'autres sites) ainsi que les technicalités d'enquête décrivant les procédures et les codes d'accès propres à la recherche réalisée au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay.

Enfin, l'ensemble des instructions fournies au personnel responsable de l'enquête tient compte d'une absence totale d'expérience de la micro-informatique; une session de formation, une documentation claire mais succincte et une période de rodage et d'essais d'au moins une semaine auprès des préposés constituent les garanties de succès de ce type de collecte.

1.4. LA COLLECTE DES DONNÉES

La collecte des données, pour la saison estivale, a été effectuée entre le 9 juin et le 2 septembre 1990 inclusivement. En effet, il y eut 33 jours d'enquête soit, 6 jours en juin, 15 jours en juillet, 10 jours en août et 2 jours en septembre. Le taux de réponse estimé est de 72 %. Les résultats détaillés de la collecte sont présentés dans le tableau suivant :

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS
DE LA COLLECTE DES DONNÉES

ÉCHANTILLON INITIAL	207
Refus de répondre	46
Incomplet	12
QUESTIONNAIRES REMPLIS	149
TAUX DE RÉPONSE	72 %

Le nombre de refus semble relativement élevé. Les raisons invoquées lorsque le visiteur était sélectionné à l'entrée sont, dans la plupart des cas, le manque de temps (trop pressé, 41 %), les enfants (20 %) et pour d'autres raisons (15 %). Certains ont refusé catégoriquement dans une proportion de 24 %. Quelquefois, des refus étaient notés de la part des visiteurs qui avaient été préalablement sélectionnés et invités à répondre au questionnaire avant de quitter les lieux. Les raisons invoquées, dans ces cas-ci, étaient surtout que le nombre d'heures de visite avait été suffisant pour ne pas consacrer plus de temps à remplir un questionnaire. L'autre raison était que le questionnaire devait être rempli sur support informatique et ce, malgré la disponibilité de copies du questionnaire sur papier. De plus, la rotation nécessaire des guides a probablement aussi influencé le taux de réponse.

La fréquentation totale au lieu historique national a diminué de façon sévère au mois d'août, avec une baisse de 45 %. Pour les mois de la durée de l'étude, la fréquentation du site a baissé comparativement à 1989, soit une diminution de plus de 1 200 visiteurs pour la période d'étude. Cette diminution peut s'expliquer par les événements de Châteauguay (en 1990) où il y a eu fermeture du trajet principal d'accès pour les visiteurs en provenance de la région métropolitaine de Montréal. Ce constat peut alors expliquer, du moins en partie, la petitesse de l'échantillon initial.

CHAPITRE II

ANALYSE DES RÉSULTATS

2.1. LE PROFIL DES VISITEURS

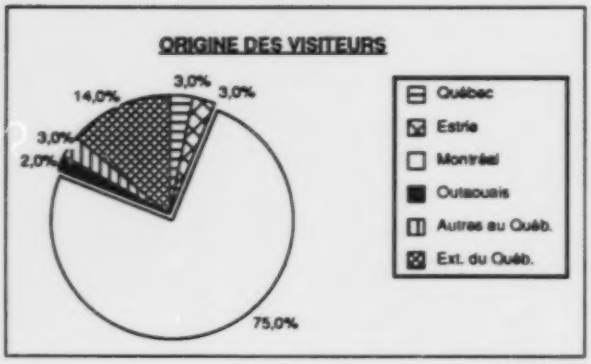
L'étude sur les visiteurs et leurs besoins au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay a permis de recueillir des informations auprès de 149 répondants âgés de 12 ans ou plus et ayant visité le site entre le 9 juin et le 2 septembre 1990. Cet échantillon (quoique peu précis) est représentatif de la clientèle estivale pour l'année 1990 et dégage les constats suivants.

2.1.1. L'origine

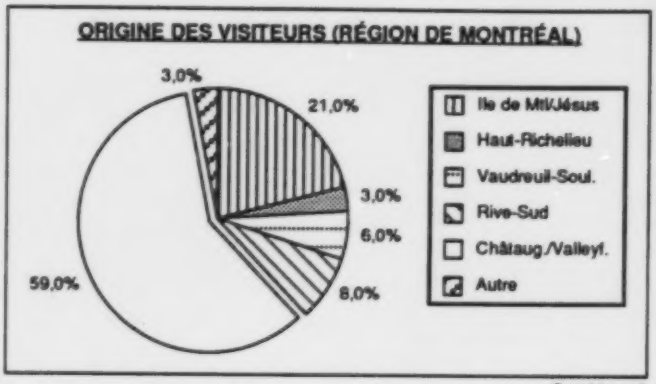
La clientèle du site est essentiellement composée de Québécois et plus particulièrement de visiteurs provenant de la région du site. Effectivement, près de 75 % des personnes interrogées proviennent de la région de Montréal. Néanmoins, même si une proportion de près de 86 % de visiteurs sont des Québécois, une proportion relativement grande, soit environ 14 %, proviennent de l'extérieur du Québec. De ce 14 % des visiteurs, 43 % proviennent de l'Ontario, 19 % proviennent des États-Unis et d'ailleurs au Canada (autres que les maritimes) et 38 % des autres pays.

En regardant de plus près la provenance des visiteurs à l'intérieur de la région de Montréal, plusieurs données sont observées. Ainsi, 59 % des personnes de la région de Montréal proviennent de la zone limitrophe du site, soit le secteur Châteauguay-Valleyfield et 21% des municipalités des îles de Montréal et de Laval. Par ailleurs, seulement 6 % des personnes de la région de Montréal proviennent d'une autre zone limitrophe au parc, soit celle de Vaudreuil-Soulanges (les zones limitrophes sont identifiées à l'annexe B).

Ainsi, ces premières données indiquent, à tout le moins, que le site attire une clientèle régionale très importante (de la région de Montréal). Le site semble également assez populaire auprès des clientèles touristiques provenant de l'extérieur du Québec. Les graphiques 1 et 2 représentent ces informations.



Graphique 1

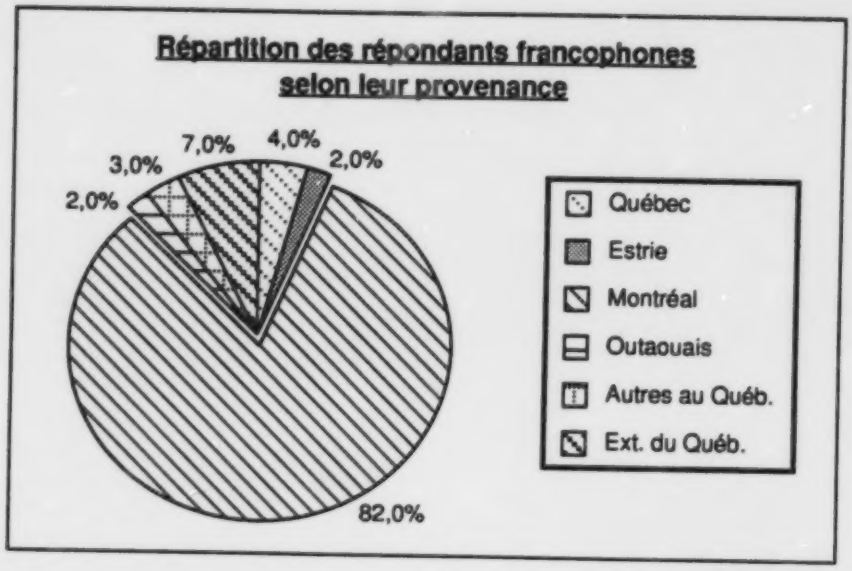


Graphique 2

2.1.2. La langue utilisée

Deux questions rattachées à l'enquête permettaient d'obtenir de l'information à ce sujet. Une première question était posée au tout début du questionnaire afin de savoir dans laquelle des langues officielles le répondant voulait bien le remplir. Une autre question était aussi énoncée vers la fin du questionnaire pour connaître les attentes des visiteurs à propos de la langue officielle dans laquelle le répondant préférait obtenir des services personnalisés au site.

La très grande majorité des répondants (80 %) ont choisi de répondre au questionnaire en utilisant le progiciel français. Le graphique 3 permet de constater que la plupart d'entre eux demeurent au Québec et plus particulièrement, dans la région de Montréal.



Graphique 3

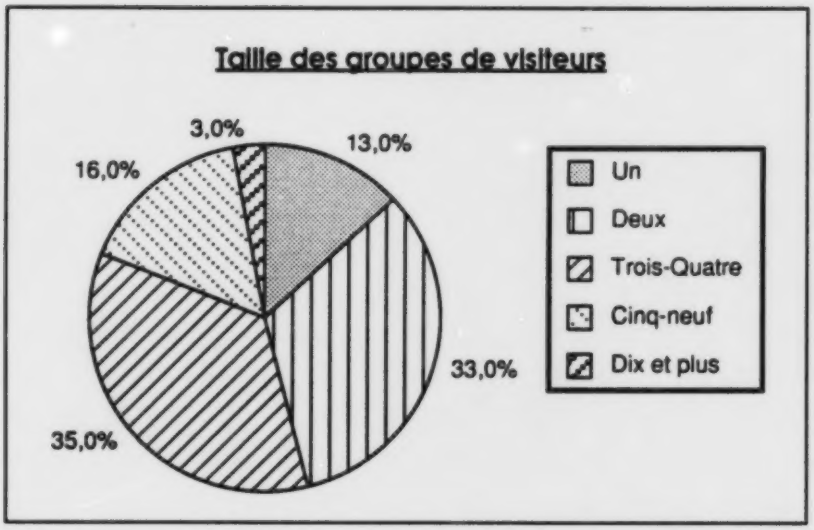
La langue officielle que les visiteurs disent préférer pour recevoir des services au site est le français dans une proportion de 84 %. Cette légère différence peut être explicable par le bilinguisme d'une certaine partie des répondants.

2.1.3. Le type et la taille du groupe

Dans cette section, deux variables permettaient d'identifier la taille des groupes des visiteurs du site. Une première variable était celle de la taille du groupe du répondant compilée et validée par le préposé. La deuxième était calculée à partir des réponses données par les répondants suite aux questions relatives à la catégorie d'âge du répondant et des personnes qui accompagnaient ce dernier. La première variable semble celle qui reflète le mieux les indices de la taille du groupe en raison de l'absence d'erreur d'inscription des personnes dans les différents groupes d'âge.

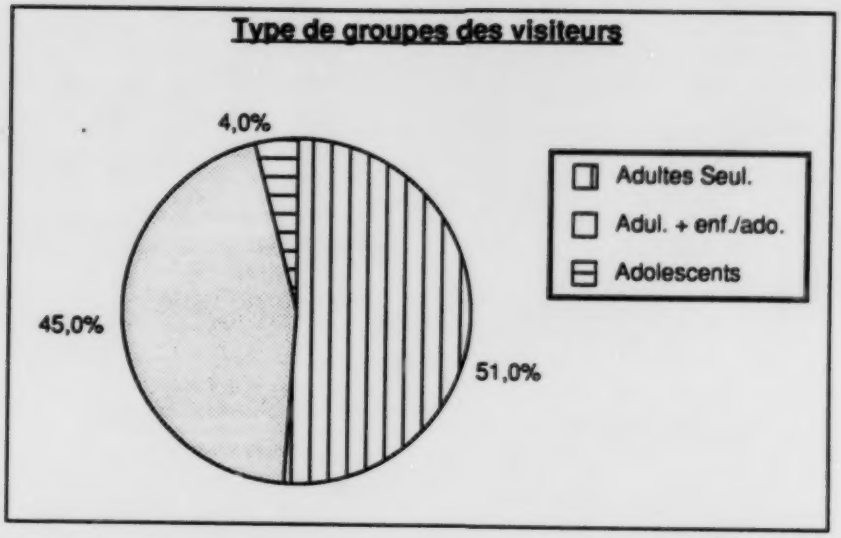
Ainsi, le tiers des visiteurs (33 %) viennent au site en groupe de deux personnes et 35 % des personnes venues au site visitent en groupe de trois à

quatre personnes. Seulement 3 % des répondants viennent au site en groupe de plus de 10 personnes. La taille moyenne des groupes est de 3,9 personnes alors que pour les groupes de plus de dix personnes, la taille moyenne est de 29,6 personnes. Le graphique 4 permet de visualiser une partie de l'information précédente.



Graphique 4

En examinant le type de groupes, le graphique 5 suivant démontre que plus de la moitié des visiteurs (51 %) sont venus au site en groupe composé d'adultes seulement. Par ailleurs, 45 % des visiteurs étaient affiliés à un groupe d'adultes accompagnés d'enfants ou/et d'adolescents.



Graphique 5

Une importante nuance doit être apportée quant à la taille et le type de groupes. En effet, le pourcentage du 3 % de l'ensemble des répondants qui appartiennent à un groupe de plus de 10 personnes n'est pas un indice quant à la proportion des personnes décrivant leur groupe comme un groupe organisé. D'ailleurs, l'enquête n'avait pas comme but d'obtenir une base de données sur ce type de visiteurs et leurs réponses (trois répondants) ont été transférées dans la catégorie des visiteurs hors groupes organisés. Toutefois, selon les données administratives du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay, des 2 514 personnes venues en groupes organisés en 1990 (36 % de la fréquentation totale), environ 810 personnes en groupes organisés ont visité le site durant la période comprise entre juin et août, dont 44 % en groupes scolaires et 56 % d'autres groupes. La majorité des groupes organisés (56 %) proviennent de la région de Châteauguay-Valleyfield, 19 % de Vaudreuil-Soulanges et 16 % de l'île de Montréal et de Laval. Les raisons de visite sont principalement la visite du site et la location de salle pour fins de réunion.

2.1.4. L'âge

Certaines questions demandaient au répondant d'inscrire la catégorie d'âge des personnes l'accompagnant. Ce paramètre nous donne une excellente idée de la distribution de l'âge des visiteurs ainsi que la dynamique de groupe qui s'y dégage et permet de constater les faits suivants :

- 61 % des groupes ne comprennent aucun enfant de moins de 12 ans mais 31 % en comptent un ou deux;

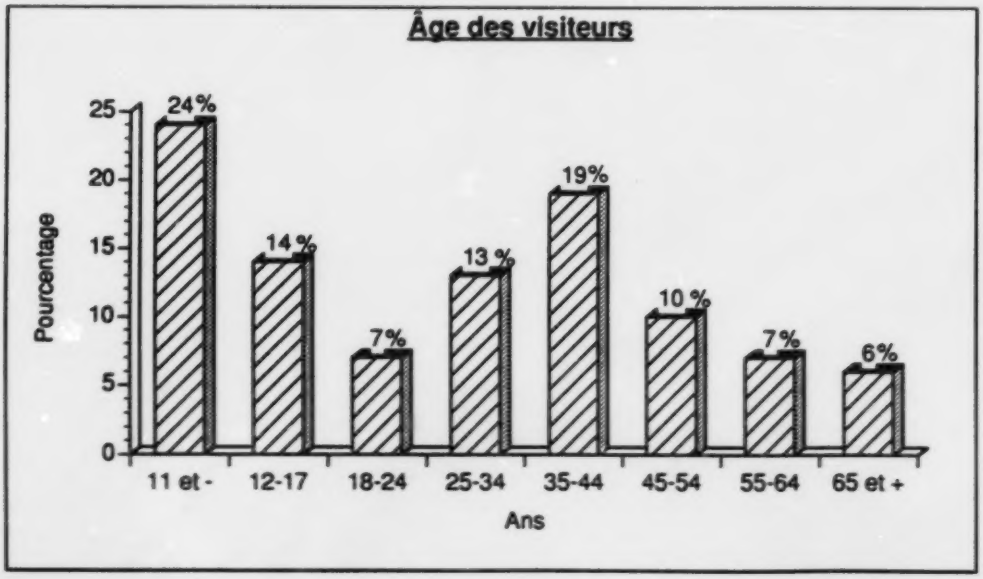
- 87 % des groupes de visiteurs ne comptent aucune personne entre 18 et 24 ans;

- 78 % des groupes comprennent au moins un adulte âgé entre 18 et 44 ans;

- 20 % des groupes ont au moins un adulte entre 45 et 54 ans;

- 13 % des groupes comptent au moins une personne âgée (65 et plus).

Parallèlement, en regardant la répartition de l'âge sous un autre angle, le graphique 6 suivant expose l'information retenue :



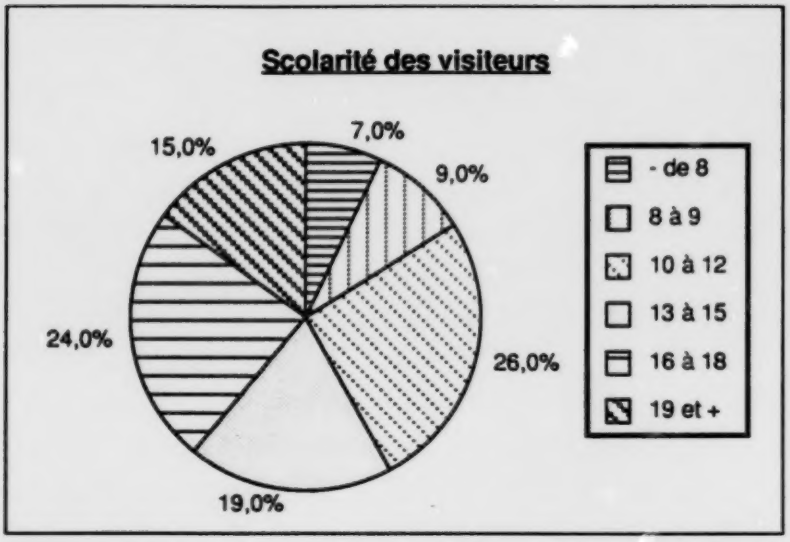
Graphique 6

Une forte représentation des enfants de moins de 12 ans, soit 24 %, est observée dans cette répartition. On peut également constater que la proportion des personnes âgées entre 18 et 34 ans (20 %) est plus faible que celle retrouvée chez les 17 ans et moins (38 %). De plus, comme pour la plupart de nos sites, la proportion des personnes âgées de 65 ans et plus reste plutôt faible, soit 6 %.

En analysant la catégorie d'âge des stricts répondants à l'étude qui ne compte pas les moins de 12 ans et en les comparant à l'échantillon tronqué des visiteurs, on obtient sensiblement la même répartition que celle observée précédemment (évidemment, pour comparer des éléments semblables, la proportion des onze ans et moins est retirée). Les visiteurs âgés entre 35 et 44 ans représentent environ 27 % des répondants. De même que les répondants de la catégorie d'âge entre 25 et 34 ans se retrouvent relativement dans la même proportion (18 %) que celle identifiée pour l'ensemble des visiteurs (17 %). Finalement, la proportion de la catégorie d'âge des 18-24 ans chez les répondants (12 %) est comparable à celle déterminée pour l'ensemble des visiteurs (9 %).

2.1.5. La scolarité

Tout comme cela est régulièrement observé à d'autres lieux historiques nationaux, les visiteurs du site regroupent une plus forte proportion de personnes ayant un niveau de scolarité plus élevé que celle observée dans la population en général, à tout le moins, au Québec. En effet, comme le démontre le graphique 7, 45 % des visiteurs du site ont terminé entre 10 et 15 ans de scolarité. Près de 60 % des visiteurs ont atteint un niveau d'étude post-secondaire (13 ans ou plus). Cette proportion est à peu près identique à celle observée au lieu historique national Louis-S.-Saint-Laurent où 55 % des visiteurs ont un niveau post-secondaire et 49 % ont terminé entre 10 et 15 ans de scolarité.



Graphique 7

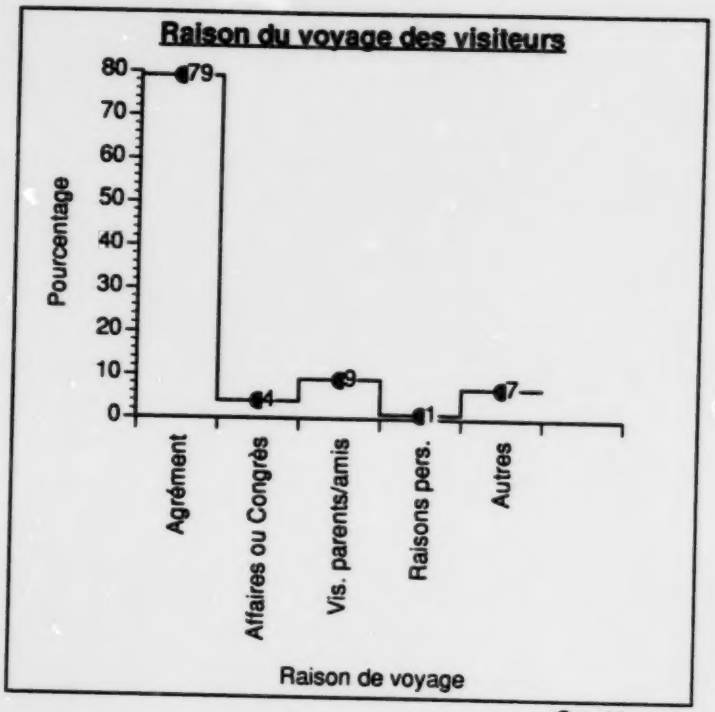
2.2. LE CONTEXTE DE LA VENUE AU SITE

Les informations présentées dans cette partie permettront de mieux cerner l'importance de la contribution économique des visiteurs du site. Les données analysées dans cette section sont les suivantes : type de voyage ou déplacement des visiteurs, durée du voyage effectué, séjour dans la région et moyen de transport utilisé.

Certaines de ces variables nous renseigneront sur les coordonnées de voyage des visiteurs. Elles pourraient être des indicateurs valables pour une éventuelle mesure d'impact économique des dépenses des visiteurs en région.

2.2.1. La raison principale du voyage

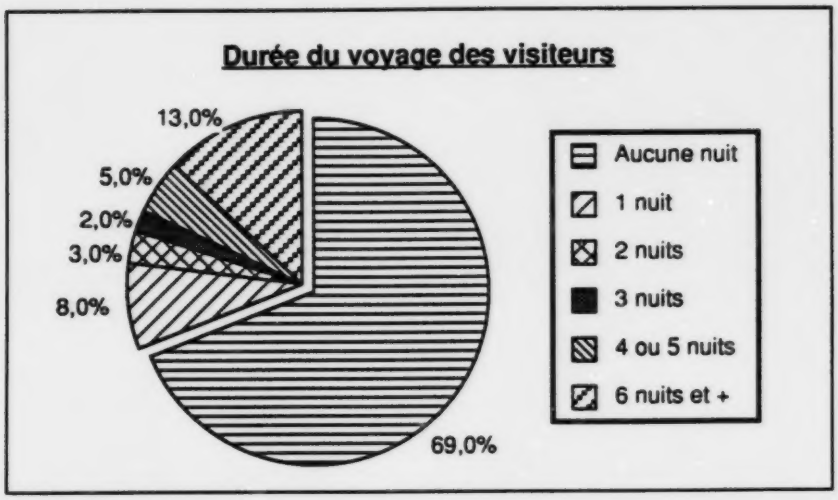
La très grande majorité des répondants (79 %) se disent en voyage d'agrément lorsqu'ils viennent visiter le site. La deuxième raison évoquée par ces derniers est la visite de parents/amis et ce, dans une proportion de 9 %. Le graphique 8 permet de visualiser cette information.



Graphique 8

2.2.2. La durée du voyage

Près de sept visiteurs sur dix (69 %) sont des excursionnistes, c'est-à-dire qu'ils sont en situation de voyage pour l'équivalent d'une journée ou moins (aucune nuitée). Par ailleurs, près de 13 % des visiteurs ont affirmé que leur durée de voyage était de plus de 6 jours, comme le démontre le graphique 9. En moyenne, les visiteurs (excursionnistes et touristes) sont en voyage pour l'équivalent de 1,7 nuit (estimés). Quand le nombre moyen de nuits en séjour par les touristes seulement est calculé, c'est une moyenne estimée à 5,5 nuitées qui est observée. Près de la moitié des visiteurs (49 %) qui ont effectué un voyage d'au moins une nuitée, sont des résidents de la région de Montréal.

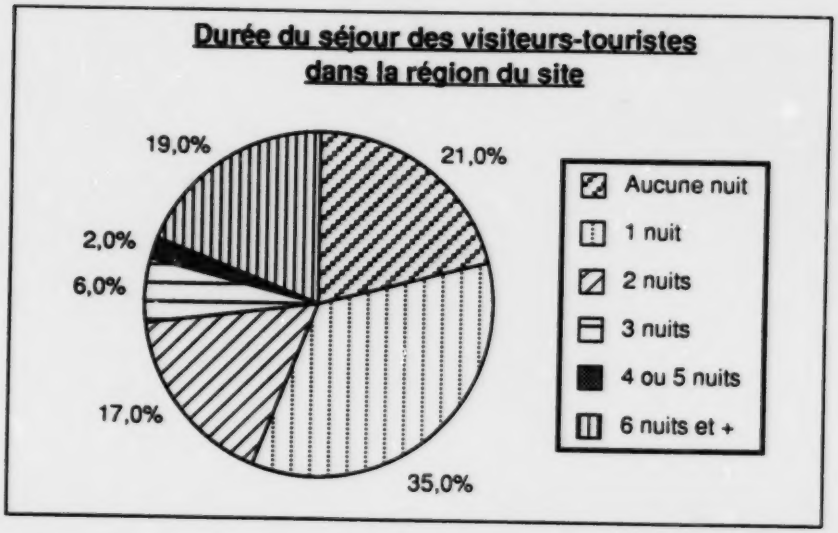


Graphique 9

Ces différentes constatations sur le type du voyage permet de supposer que, malgré un fort taux d'excursionnistes, il appert que la proportion relativement considérable des personnes voyageant pour plus de 5 nuitées peut laisser supposer que le site attire, durant la saison estivale, une clientèle familiale effectuant, en partie du moins, des voyages de plus longue durée.

2.2.3. La durée du séjour dans la région du site

Par rapport aux visiteurs passant au moins une nuit à l'extérieur de leur domicile permanent, 21 % ne prévoyaient pas passer une seule nuit dans la région immédiate du site, soit dans la zone Châteauguay-Valleyfield. Par ailleurs, environ 35 % des visiteurs qui passent une nuit à l'extérieur de leur résidence en passent une dans la région du site et pratiquement 19 % en passent même plus de cinq nuits. Ces différents constats sont présentés au graphique 10 suivant.

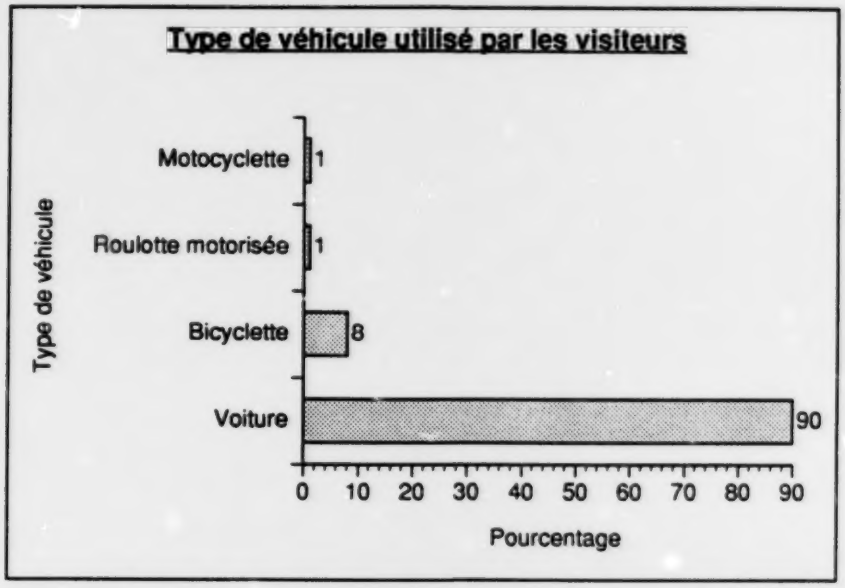


Graphique 10

Finalement, en moyenne, le visiteur-touriste passe 2,8 nuits dans la région du site, soit près de la moitié de son voyage.

2.2.4. Le type de véhicule utilisé pour se rendre au site

Quelles que soient sa région d'origine et sa raison principale du voyage, le visiteur qui vient au site se déplace en voiture dans près de 90 % des cas. Une proportion non négligeable de visiteurs parviennent au site en bicyclette, soit 8 %; ceci peut confirmer, en partie, que la clientèle du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay est de type régional. Ces différentes proportions sont présentées dans le graphique 11.

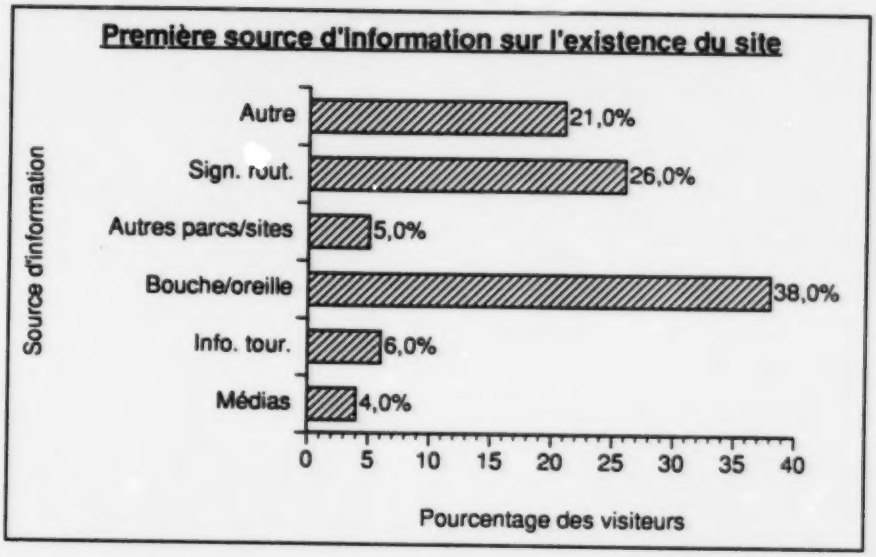


Graphique 11

2.2.5. La première source d'information sur l'existence du site et celle incitant à le visiter

Deux variables permettent de cerner cette sous-section, soit la première source d'information du répondant sur l'existence du parc et celle ayant incité le répondant à le visiter. Ainsi, une question portait sur la forme de publicité ou un autre facteur qui avait poussé le visiteur à venir au site. Lorsque ce facteur n'avait pas été la première source d'information sur l'existence du parc, une deuxième question suggérait les sources probables de premier contact avec le site.

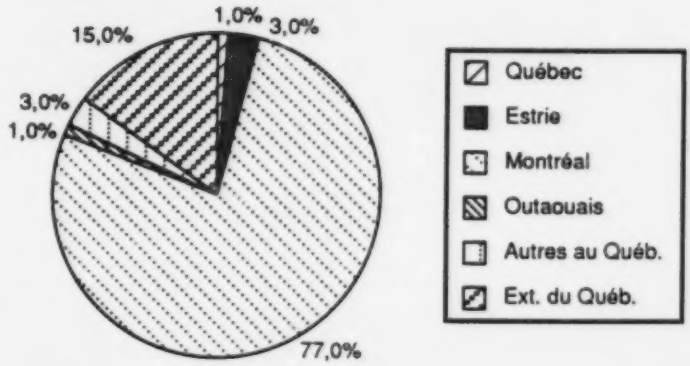
Ainsi, la première source d'information sur l'existence du site est d'abord le bouche-à-oreille, car 38 % des visiteurs ont affirmé avoir pris connaissance du site une première fois de cette manière. Vient ensuite, la signalisation routière au deuxième rang comme source d'information première sur l'existence du site dans une proportion de 26 %. Par ailleurs, il est intéressant de noter qu'un pourcentage non négligeable de 21 % des visiteurs ont affirmé avoir appris l'existence du site par une autre manière qui n'a pas été identifiée dans l'enquête (voir graphique 12).



Graphique 12

Il est intéressant de constater que parmi les visiteurs qui disent avoir appris l'existence du parc la première fois de bouche-à-oreille ou par un autre parc/site, 77 % proviennent de la région de Montréal (voir graphique 13).

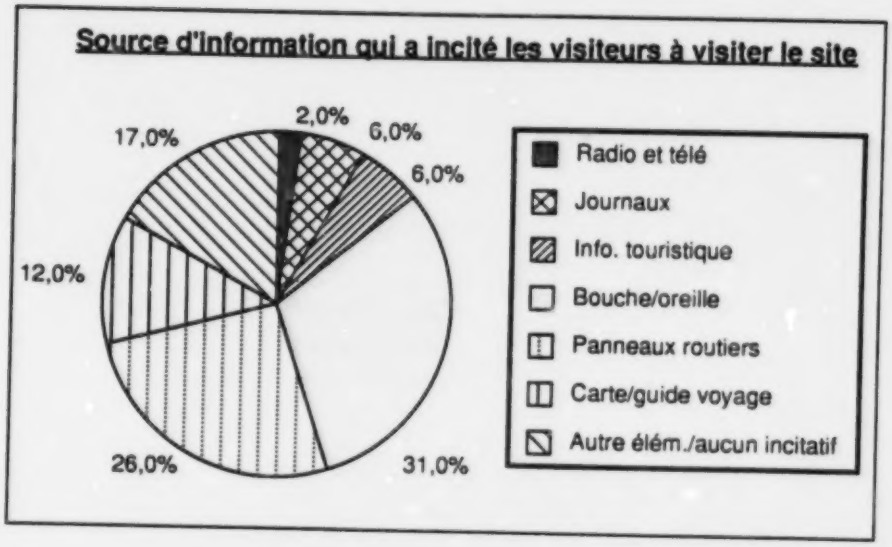
Répartition des répondants dont ils ont appris l'existence du parc la première fois (par le bouche-à-oreille/autres parcs ou sites) et leur provenance



Graphique 13

Par ailleurs, le bouche-à-oreille demeure la principale source d'information incitant à la visite puisque 31 % des visiteurs ont affirmé que cet élément était leur source décisive. Les panneaux routiers constituent la deuxième source d'information incitant à visiter le site puisqu'ils ont influencé, comme le démontre le graphique 14, près de 26 % des visiteurs. Ce constat n'a rien d'étonnant car la majorité des visiteurs (89 %) n'ont éprouvé aucune difficulté à trouver le site. Par contre, il reste malgré tout que 11 % des visiteurs ont affirmé avoir eu une certaine difficulté à trouver le lieu historique.

Les médias (radio, télévision et journaux) ne peuvent être considérés comme une source d'information importante qui a incité les visiteurs à visiter le site, car ils ne représentent qu'un total de 8 % dans le choix des répondants.



Graphique 14

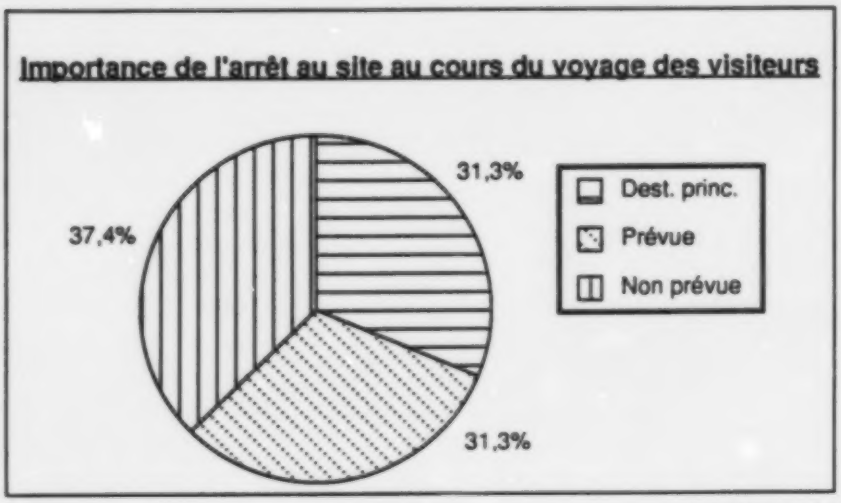
2.3. LA VISITE DU SITE

Cette section tentera de déterminer les caractéristiques de visite du site au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay. L'expérience vécue du visiteur est alors au coeur des énoncés suivants : la visite est-elle planifiée? Constitue-t-elle le but principal du déplacement ou une étape au cours d'un voyage? Quel est le but de la visite? Sa durée? Est-ce que les visiteurs fréquentent d'autres endroits du même genre dans la région immédiate du site au cours de l'année? Ont-ils apprécié les expositions et services offerts sur place? Et finalement, ont-ils retenu certaines informations historiques véhiculées par les scénarios d'interprétation?

2.3.1. L'importance de la visite dans le déplacement

Près de deux visiteurs sur trois (63 %) planifient à l'avance leur visite du site. En effet, pour environ 31 % des répondants, la visite constitue une étape planifiée dans leur déplacement. Une proportion identique d'environ 31 % des visiteurs ont mentionné que la visite du site constitue la

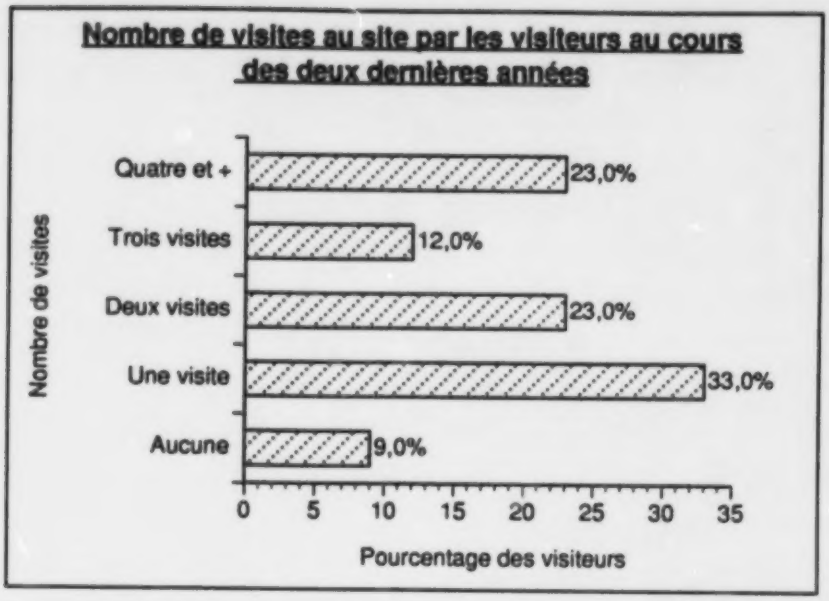
destination principale de leur déplacement. Par contre, plus de 37 % des visiteurs ont affirmé que la visite était une étape non prévue dans leur déplacement (voir le graphique 15 suivant).



Graphique 15

2.3.2 La fréquence de visite du site et de sites similaires

Près de 72 % des visiteurs étaient à leur première visite au site et donc, plus de 28 % des visiteurs avaient déjà fréquenté le centre. Néanmoins, un fort pourcentage d'entre eux (23 %) en étaient à plus de leur quatrième visite au cours des deux dernières années seulement (graphique 16).



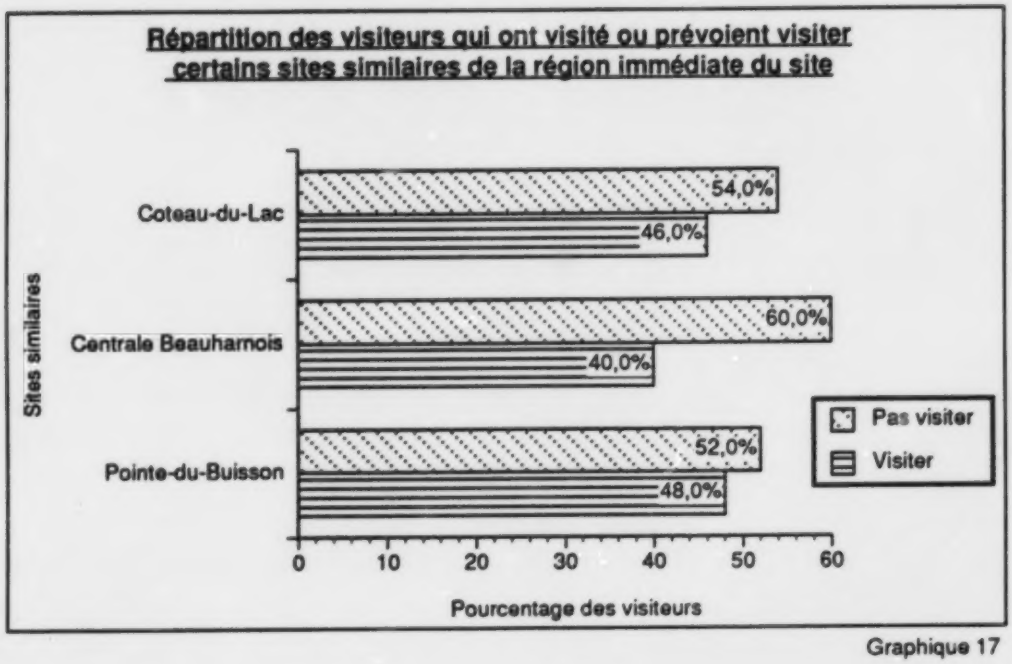
Graphique 16

Cette proportion de visiteurs ayant déjà visité le site antérieurement est plus forte par rapport à ce qui est observé au lieu historique national Louis-S.-Saint-Laurent (12 %); ce qui peut être fortement attribuable à la proportion des visiteurs provenant de la région immédiate du site. En effet, 74 % des visiteurs ayant visité au moins une fois le site proviennent de la région immédiate du site, soit le secteur Châteauguay-Valleyfield.

La clientèle ayant fréquenté le centre semble assez intéressée par la visite d'autres sites similaires dans la région, soit le site archéologique de la Pointe-du-Buisson, la Centrale de Beauharnois et le lieu historique national de Coteau-du-Lac. En effet, près de 38 % des visiteurs prévoient visiter, au cours du même déplacement, l'un ou l'autre des sites mentionnés précédemment. En tenant compte de la forte proportion d'excursionnistes visitant ce type d'attrait, on peut constater que le positionnement du site se situe parmi les autres attraits similaires de la région. Une augmentation de sa fréquentation pourrait-elle avoir un impact sur l'ensemble de sa zone immédiate?

Plus spécifiquement, c'est dans une proportion de 48 % que les visiteurs ont visité au cours des 12 derniers mois (donc au courant de la période comprise entre l'été 1989 et l'été 1990) ou avaient prévu visiter au cours des 12

prochains mois (donc au courant de la période comprise entre l'été 1990 et l'été 1991) le site archéologique de la Pointe-au-Buisson. Une proportion légèrement plus faible de visiteurs, soit de 40 %, estimaient avoir visité ou avoir prévu visiter la centrale de Beauharnois. Enfin, les visiteurs du site avaient visité ou avaient prévu visiter le lieu historique national de Coteau-du-Lac dans une proportion similaire au premier site mentionné, soit 46 %. Ces différents constats sont présentés au graphique 17.



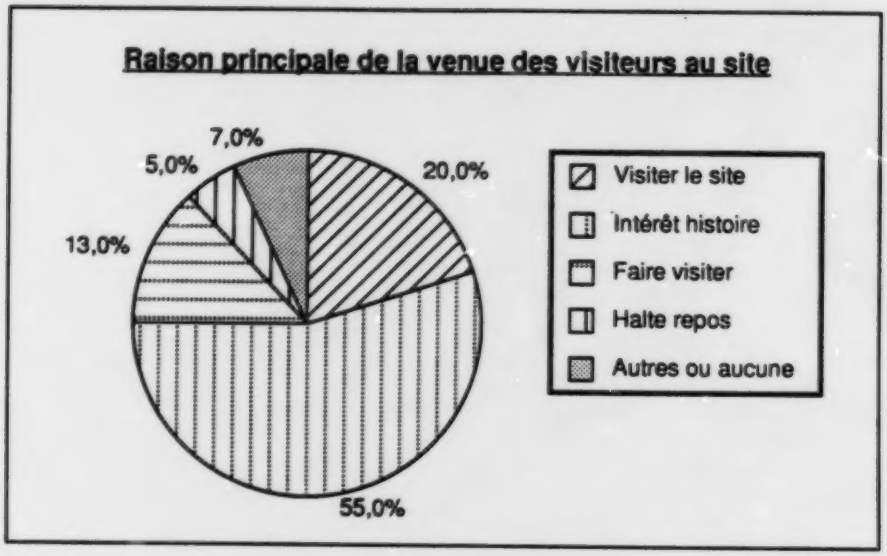
Graphique 17

Les visiteurs qui proviennent de la région de Châteauguay-Valleyfield ont mentionné qu'ils étaient déjà allés ou prévoyaient se rendre à chacun de ces attraits de la périphérie du site dans une proportion moyenne de 41 %.

2.3.3. La raison principale de la venue au site

L'intérêt pour l'histoire est la principale raison de la venue au site pour plus d'un visiteur sur deux (55 %). Vient ensuite, la visite du site comme

principale raison dans une proportion de 20 %. Près de 13 % des visiteurs ont affirmé être venus au site pour le faire visiter à des parents ou amis. Finalement, c'est une proportion cumulative de 12 % de visiteurs qui sont venus au site pour une halte, pour se reposer et sans raison particulière ou autres. (voir graphique 18).



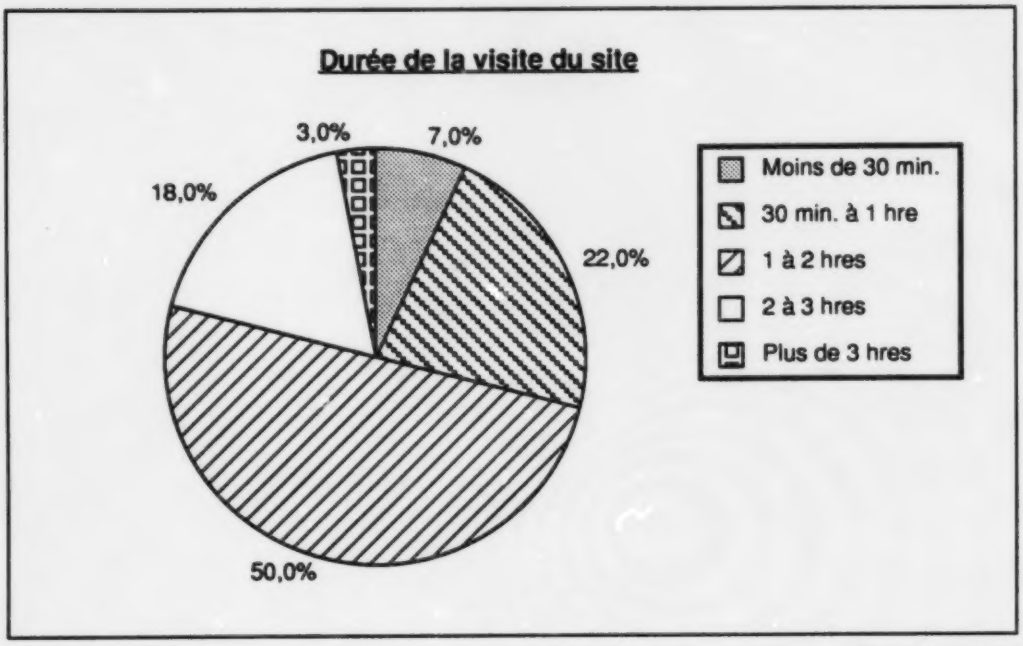
Graphique 18

En observant la provenance des répondants selon la raison de la venue au site, on remarque que les visiteurs de la région de Montréal mentionnent plus fréquemment leur intérêt pour l'histoire comme raison particulière à leur venue au site (environ 40 %).

2.3.4. La durée de visite

Les visiteurs effectuant le circuit muséal au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay passent entre une et trois heures au centre dans une forte proportion de 68 %. Comme 50 % restent entre une heure et deux heures à l'intérieur du circuit (graphique 19), ce serait davantage la raison

de leur visite au site qui explique le fait qu'ils passent plus ou moins deux heures que leur participation ou non aux activités proposées. En effet, 30 % des visiteurs restent entre une heure et deux heures et sont particulièrement intéressés à l'histoire. La durée moyenne de visite est de 102 minutes ou une heure et 42 minutes.



Graphique 19

En croisant la provenance des visiteurs et la durée de visite, on note que parmi ceux qui ont passé entre une heure et deux heures au centre, 48 % provenaient de la région de Châteauguay-Valleyfield.

2.3.5. L'appréciation des divers aspects de la visite

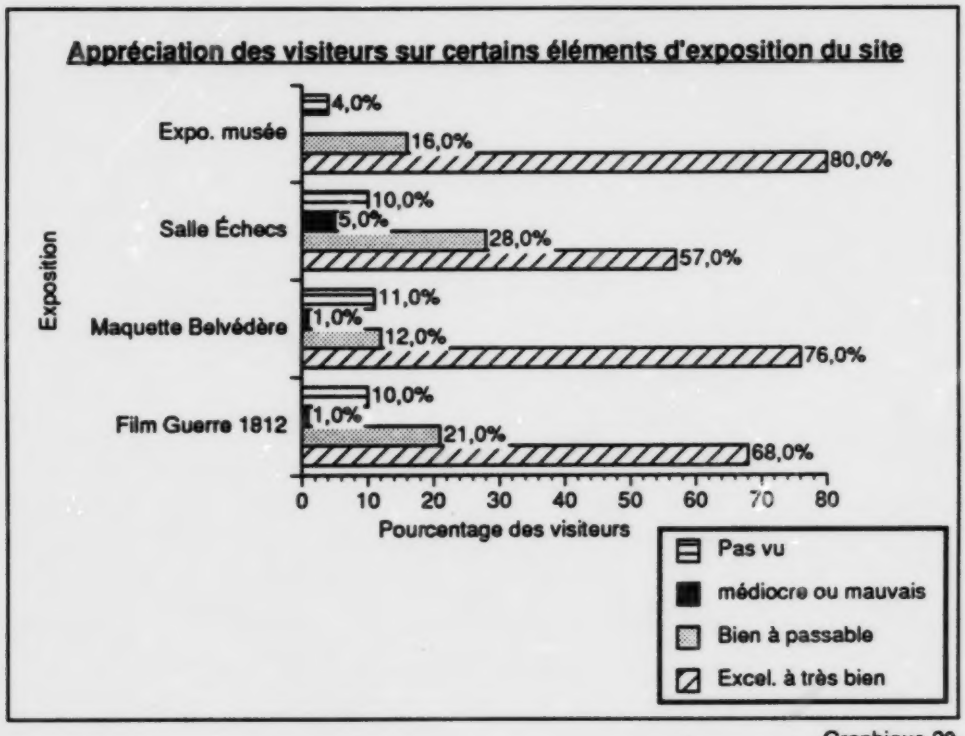
Six éléments de la visite ont été soumis à l'évaluation des visiteurs à l'aide d'une échelle de mesure spécifique. Le premier élément, sur les aspects reliés à l'appréciation de l'accueil reçu au site, a été évalué grâce à une échelle allant de 1 (excellent) à 6 (mauvais). Le deuxième élément axé sur l'appréciation de l'ensemble de la visite au site a été évalué de la même manière. Les quatre autres éléments qui ont été jugés par les visiteurs sont reliés à l'appréciation de l'exposition de la salle des échecs, du film sur la guerre de 1812, de l'exposition présentée au musée et finalement, de la présentation de la maquette au belvédère. Ces éléments ont été analysés à l'aide de la même échelle mais en offrant la possibilité de s'abstenir quand le répondant n'avait pas vu l'élément.

L'évaluation par les répondants de ces différents aspects de la visite au site semble bien différente d'un aspect à l'autre de la visite. Ce sentiment de satisfaction plus ou moins important exprimé par l'appréciation des visiteurs pourra être confirmé ou infirmé en mettant en parallèle l'intention des visiteurs de revenir au site et les commentaires ou suggestions que certains d'entre eux ont formulés.

Ainsi, la presque totalité des visiteurs (99 %) ont apprécié leur visite, qualifiant l'accueil qu'ils ont reçu au site d'excellent (81 %) à très bien (18 %). Près de 93 % des visiteurs ont qualifié d'excellente (54 %) à très bien (39 %) l'ensemble de leur visite au site. Néanmoins, une proportion non moins négligeable de 6 % de visiteurs ont évalué comme passable l'ensemble de leur visite au site.

Les résultats diffèrent beaucoup lorsque les répondants sont invités à donner leur appréciation sur l'exposition de la salle des échecs. En effet, seulement 57 % des visiteurs ont qualifié cet élément de leur visite d'excellent (30 %) à très bien (27 %) et 28 % des visiteurs ont jugé cette exposition de bien à passable. Une proportion non négligeable de 10 % n'ont pas vu cette exposition.

Quant à la présentation du film sur la guerre de 1812 et à la présentation de la maquette au belvédère, 68 % et 76 % de visiteurs respectivement les ont qualifiées d'excellentes à très bien. Par ailleurs, une proportion non négligeable de 10 % et de 11 % des visiteurs respectivement n'ont pas vu ces deux expositions. Par contre, l'appréciation des visiteurs sur l'exposition présentée au musée semble plus positive. En effet, près de 80 % des visiteurs l'ont qualifiée d'excellente à très bien. Ces diverses informations sont présentées au graphique 20 suivant.



Graphique 20

Si l'on se base sur les résultats qui sont ressortis précédemment, les diverses expositions du site semblent recueillir une appréciation plus critique de la part des visiteurs que l'accueil en soi. De plus, il semble que l'exposition de la salle des échecs soit moins appréciée ou plus critiquée que les autres expositions ou présentations offertes. Finalement, à l'exception de l'exposition présentée au musée, une proportion d'environ 10 % de visiteurs n'ont pas vu chacun des trois autres éléments.

2.3.6. La connaissance de certains éléments de la thématique du site

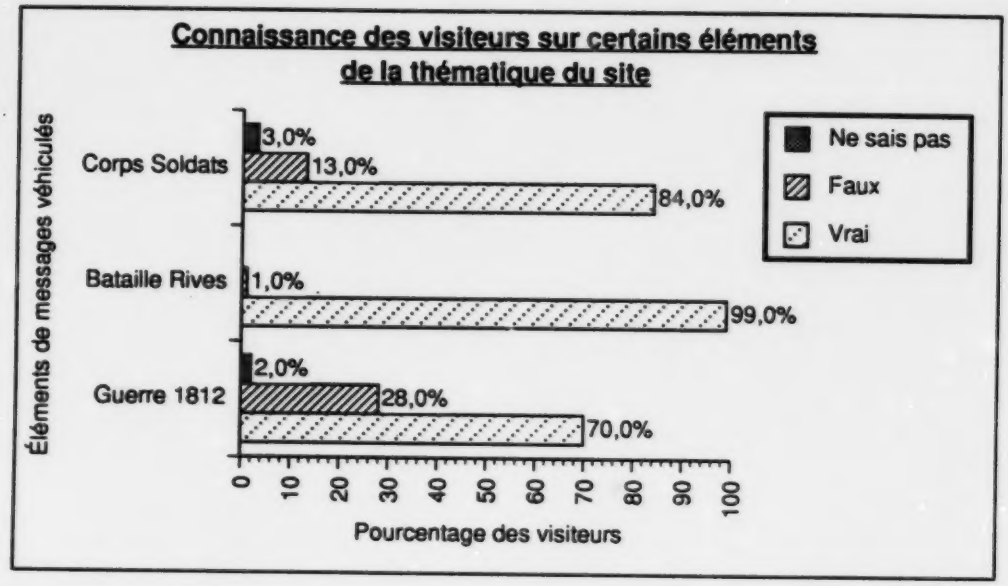
Trois questions pouvaient permettre d'évaluer si les visiteurs avaient retenues ou non certains des messages véhiculés au site.

Ainsi, les répondants devaient répondre «vrai» à l'affirmation suivante «La guerre de 1812 opposant les États-Unis et le Canada fut une conséquence d'un conflit plus général entre la France et l'Angleterre». Près de 70 % des visiteurs croient que cette affirmation est vraie alors que 30 % ont affirmé que cette notion était fausse.

Les répondants devaient répondre «vrai» à l'affirmation suivante « La bataille de la Châteauguay fut livrée sur les rives de la rivière du même nom, à proximité de l'actuel parc historique national». Cette fois-ci, pratiquement la totalité des répondants (99 %) ont répondu adéquatement à cette affirmation.

La troisième et dernière affirmation, portant sur le corps de soldats canadiens présent à la bataille de la Châteauguay étant composé principalement de miliciens et d'amérindiens, devait être confirmée par les répondants. Ainsi, près de 85 % d'entre eux ont répondu par l'affirmation.

En conclusion, il semble que les messages représentés par les trois affirmations ont bien passé auprès de la plupart des visiteurs. Ces messages semblent alors avoir été généralement compris par les visiteurs. Le graphique 21 rapporte les résultats significatifs de cette section. Néanmoins, il appert que le premier message semble moins bien passer que les deux autres. En effet, ce message est d'ordre conceptuel alors que les deux autres sont plutôt d'ordre factuel. Ce premier message, de par sa nature, est plus difficile à comprendre et à retenir pour en saisir toutes les relations contextuelles.



Graphique 21

2.4. LES COMMENTAIRES OU SUGGESTIONS FORMULÉES PAR LES VISITEURS

Les intentions de retour exprimées par les visiteurs, les activités ou services additionnels souhaités ainsi que les commentaires ou suggestions formulés sont d'autant d'indices de satisfaction qui permettent de qualifier l'ensemble de la visite faite au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay.

2.4.1. L'intention de revenir au site

Plus de 78 % des visiteurs s'étant exprimés à ce sujet ont manifesté leur intention de revenir au centre; les résidents de la région de Montréal sont ceux qui manifestent le plus leur intention de revenir. Néanmoins, d'autres résidents de la même région (Montréal) et ceux provenant de l'extérieur du Québec (19 %) ont manifesté leur intention de ne pas revenir au site.

2.4.2. Les activités ou services additionnels

Deux visiteurs sur trois (66 %) expriment n'avoir aucune attente envers des activités ou services additionnels en fonction de ceux actuellement offerts; toutefois, une proportion non négligeable de 34 % de visiteurs ont affirmé avoir des attentes pour des activités ou services supplémentaires.

Par ailleurs, il semble que de ces visiteurs ayant affirmé avoir d'autres attentes, 57 % avaient comme raison principale de leur venue au site un intérêt pour l'histoire.

2.4.3. Les commentaires ou suggestions exprimées

Un peu moins d'un visiteur sur quatre (22 %) ont manifesté l'intention d'exprimer des commentaires à la suite de leur visite (32 répondants). Des fiches de commentaires et suggestions étaient mises à leur disposition à côté de l'ordinateur.

En réalité, de ces 32 répondants, seulement 21 répondants ont rempli une fiche. La presque totalité des fiches ont été remplies par des visiteurs du Québec (20/21 fiches) et par des personnes venues en petits groupes (12 fiches remplies par des visiteurs venus seuls ou en groupes de deux personnes) et cinq fiches par des visiteurs venus en groupes de trois personnes.

Les suggestions ou commentaires formulés par les visiteurs sont repris de façon succincte dans cette section afin de ressortir les éléments qui ont été notés par un grand nombre de répondants. Par contre, l'ensemble des commentaires et suggestions sont présentés intégralement en annexe C.

Les commentaires exprimés par les répondants démontrent que ceux-ci ont certaines attentes à la suite de leur visite au site. En effet, la grande majorité des commentaires sont plutôt des suggestions dans le but d'améliorer leur visite. Seulement quatre commentaires sont de nature élogieuse quant aux activités, à l'organisation ou à la visite en soi. Par exemple :

«J'ai bien apprécié la journée de festivités de danse, blé d'Inde, ... atmosphère sympathique en particulier»;

«Excellente visite guidée. Le film était excellent...».

Certains aspects du service à la clientèle ont été indiqués comme services à développer :

«Eau ou breuvage et service de restauration» (3 commentaires).

La plupart des suggestions sur les éléments à améliorer portent sur des activités ou de l'information pouvant rendre la visite au site plus agréable. Soit, entre autres :

«...reconstitution de la bataille avec costumes et participants et des abattis sur les lieux originaux, réplique grandeur nature» (3 mentions);

«Plus d'information sur la bataille et sur l'histoire politique de l'époque, aspects socio-économiques et culturels à développer et focus sur les politiques américaines, canadiennes et britanniques» (3 mentions);

«...une maquette plus évidente, un deuxième film, avoir des changements dans la salle des échecs, repenser la salle des échecs» (3 mentions);

Les trois commentaires négatifs portent sur la présentation du film :

«Son du film à améliorer».

«...refaire le film qui n'est pas clair»;

«Mauvaise climatisation dans la première salle visitée et mauvaise sonorisation lors du visionnement».

CHAPITRE III

RÉSUMÉ ET CONCLUSION

RÉSUMÉ ET CONCLUSION

Le lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay est situé à une quarantaine de kilomètres au sud-ouest de Montréal. Ce site commémore la victoire, en 1813, des troupes canadiennes commandées par le lieutenant-colonel Charles-Michel de Salaberry sur l'armée d'invasion américaine. Les vastes salles du centre d'interprétation offrent d'intéressantes découvertes aux visiteurs, amateurs d'histoire, de stratégie militaire et de généalogie qui fréquentent le site chaque année.

L'enquête réalisée auprès des visiteurs hors groupes organisés du centre en période estivale, soit en juin, juillet, août et septembre, a permis de connaître cette clientèle actuelle en regard de ses caractéristiques socio-démographiques, de ses besoins pour des activités ou des services additionnels ainsi que son appréciation des expositions ou éléments spécifiques du centre. De plus, la méthodologie utilisée pour interroger et recueillir les réponses des visiteurs ayant recours à un micro-ordinateur a permis d'obtenir un échantillon de 207 personnes pour rejoindre 149 répondants. L'échantillon obtenu durant l'enquête, quoique présentant des marges d'erreur plus importantes (de l'ordre d'environ 8 %) que ce qui est généralement recherché, est statistiquement représentatif de la clientèle hors groupes organisés reçue au site en 1990. C'est plutôt la saison 1990 qui ne peut être taxée de «représentative» des fréquentations du site au début des années 1990 en raison du contexte socio-politique.

Alors que 75 % des personnes interrogées proviennent de la région de Montréal, 14 % viennent de l'extérieur du Québec. En regardant de plus près la provenance des visiteurs de la région de Montréal, on note que 59 % des visiteurs de cette région proviennent de la région de Châteauguay-Valleyfield.

La langue officielle souhaitée pour recevoir des services personnalisés au site est le français dans une proportion de 84 %.

La taille des groupes se présentant à ce site historique est de 3,9 personnes en moyenne; pour les groupes de plus de dix personnes, la taille moyenne est de

29,6 membres. Plus de 60 % des groupes ne comprennent aucun enfant de moins de 12 ans mais 31 % en comptent un ou deux. Environ 87 % des groupes de visiteurs ne comptent aucune personne entre 18 et 24 ans, mais 78 % d'entre eux comprennent au moins un adulte âgé entre 18 et 44 ans.

Près de 60 % des visiteurs ont atteint un niveau post-secondaire de scolarité; 45 % ont entre 10 et 15 années de scolarité terminées.

Soixante-dix-neuf pour cent des visiteurs du site se disent en voyage d'agrément et, dans une proportion de 9 %, en visite de parents/amis. En moyenne, près de 70 % de la clientèle sont des excursionnistes et les visiteurs-touristes sont en voyage de 5,5 nuits en moyenne. Près de 13 % des visiteurs ont affirmé que la durée de leur voyage était de plus de 6 jours.

Par rapport aux visiteurs passant au moins une nuit à l'extérieur de leur domicile permanent, 35 % des visiteurs prévoyaient passer une nuit dans la région du site; en moyenne, les visiteurs-touristes passent 2,8 nuits dans la région.

L'automobile est le véhicule le plus utilisé pour se rendre au site (90 %). Néanmoins, 8 % y viennent en bicyclette.

La principale source d'information sur l'existence du site est d'abord le bouche-à-oreille, car 38 % des visiteurs ont affirmé avoir pris connaissance du site la première fois de cette manière; vient ensuite la signalisation routière comme source d'information. Encore une fois, le bouche-à-oreille semble être la meilleure source d'information agissant comme incitatif à la visite. Les panneaux routiers constituent la deuxième source d'information qui a incité les visiteurs à venir au site.

Près de 37 % des visiteurs ont affirmé que la visite du site fut une étape imprévue dans leur déplacement. Par ailleurs, pour 31 % des répondants la visite du site constitue une étape planifiée dans le déplacement. Une proportion identique de visiteurs ont mentionné que la visite au site constitue la destination principale de leur déplacement.

Plus des deux tiers des visiteurs en était à leur première visite au site. Parmi ceux qui y revenaient, un fort pourcentage (23 %) en était à plus de leur troisième visite.

La clientèle ayant fréquenté le centre semble assez intéressée par la visite de sites similaires dans la région immédiate, soit le site archéologique de la Pointe-du-Buisson, la Centrale de Beauharnois et le lieu historique national de Coteau-du-Lac. En effet, 38 % des visiteurs auraient visité ou prévu visiter au cours de leur déplacement l'un ou l'autre de ces sites. Les visiteurs provenant de la région de Châteauguay-Valleyfield ont mentionné qu'ils s'étaient rendus ou ou prévoyaient se rendre à l'un de ces attraits dans une proportion de 41 %.

L'intérêt pour l'histoire est la principale raison de la venue au site pour plus d'un visiteur sur deux (55 %). Vient ensuite, la visite du site comme principale raison dans une proportion de 20 %. En observant la provenance des répondants, on remarque que les visiteurs de la région de Montréal mentionnent plus fréquemment leur intérêt pour l'histoire comme raison particulière à leur venue au site. Près de sept visiteurs sur dix passent entre une et trois heures au site et 50 % restent entre une et deux heures à l'intérieur du circuit.

Six éléments de la visite ont été soumis à l'évaluation des visiteurs à l'aide d'une échelle spécifique. Cette évaluation de leur part semble différente d'un élément à l'autre. Ainsi, la plupart des visiteurs (93 %) ont apprécié l'ensemble de leur visite la qualifiant d'excellente à très bien. La quasi-totalité des visiteurs ont qualifié l'accueil d'excellent à très bien, et près de 57 % ont qualifié l'exposition de la salle des échecs d'excellente à très bien. Quant à la présentation du film sur la guerre de 1812 et à la présentation de la maquette au belvédère, 68 % et 76 % de visiteurs respectivement les ont qualifiées excellentes à très bien. L'appréciation des visiteurs sur l'exposition au musée semble plus positive, car 80 % des visiteurs l'ont qualifiée d'excellente à très bien. À l'exception de l'exposition au musée, une proportion d'environ 10 % de visiteurs n'ont pas vu l'un ou l'autre des trois autres éléments d'exposition du site.

Les messages d'interprétation semblent être compris et retenus par la plupart des visiteurs; près de 70 % des visiteurs ont répondu par l'affirmative sur le

fait que la guerre de 1812 opposant les États-Unis et le Canada fut une conséquence d'un conflit plus général entre la France et l'Angleterre. Les deux autres messages, soit sur le fait que la bataille de la Châteauguay s'est déroulée sur les rives de la rivière du même nom et soit que le corps de soldats était composé de miliciens et d'amérindiens ont aussi bien passé. En effet, 99 % et 85 % des visiteurs ont répondu «vrai» à ces affirmations véridiques.

Les deux tiers des visiteurs (66 %) se sont dits pleinement satisfaits des services actuellement offerts au site; ils affirment en effet ne pas avoir d'autres attentes pour des activités ou services additionnels. Néanmoins, 34 % des visiteurs ont affirmé avoir d'autres attentes pour des activités ou services additionnels.

Un peu moins d'un visiteur sur quatre (22 %) a manifesté l'intention d'exprimer des commentaires à la suite de sa visite. Les commentaires exprimés par les répondants démontrent que ceux-ci ont certaines attentes suite à leur visite au site. En effet, la grande majorité des commentaires sont plutôt des suggestions dans le but d'améliorer leur visite. Seulement quatre commentaires sont de nature élogieuse quant aux activités, à l'organisation ou à la visite. Les commentaires négatifs portent plutôt sur le visionnement du film. Par ailleurs, la plupart des suggestions sur les éléments à améliorer portent sur des activités ou de l'information pouvant rendre la visite plus agréable telles qu'une disponibilité de rafraîchissements ou breuvages, l'amélioration des expositions (reconstitutions, plus d'information, maquette plus évidente, etc.).

Enfin, soulignons que 78 % des visiteurs ont manifesté leur intention de revenir au site. Les résidents de la région de Montréal sont ceux qui manifestent en plus grand nombre cette intention de revenir.

ANNEXE A

QUESTIONNAIRE FRANÇAIS
VISITEUR HORS GROUPES
ORGANISÉS

Bonjour !

Mieux vous connaître permettra au personnel du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay de répondre plus adéquatement à vos besoins. Ainsi, le Service canadien des parcs d'Environnement Canada, apprécierait grandement que vous acceptiez d'indiquer vos choix personnels à de courtes questions.

Votre participation est très importante, et les renseignements que vous donnerez seront traités selon les dispositions de la Loi sur l'accès à l'information et de la Loi sur la protection des renseignements personnels. Les résultats pourront être consultés.

Merci de votre collaboration.

D. Rondeau, chargé de projet
Environnement canada
Service canadien des parcs

TAPEZ LA TOUCHE ROUGE POUR CONTINUER...

VOUS, VOTRE VOYAGE ET LE SITE.

QUESTION 1

Quelle est la raison principale de votre déplacement (voyage) ?

1- Agrément (loisir, vacances)
2- Congrès
3- Visite de parents ou amis
4- Affaires autres que congrès
5- Raisons personnelles (médecin, autre rendez-vous...)
6- Autre

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 2

Au cours de votre déplacement, combien de nuit(s) avez-vous l'intention de passer à l'extérieur de votre domicile ?

(inscrire le nombre de nuits prévues)

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 3

Combien de nuit(s) aurez-vous passée(s) dans les environs de ce site historique ?

(inscrire le nombre de nuits prévues)

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 4

Au cours de votre déplacement, le lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay était:

1- La destination principale

2- Une étape prévue à l'avance

3- Une étape non prévue

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 5

Quelle forme de publicité ou autre élément vous a incité à visiter ce site ?

1- Radio ou télévision
2- Journaux
3- Kiosque d'information touristique
4- Bouche à oreille
5- Panneaux routiers
6- Carte ou guide de voyage
7- Autre élément
8- Aucun incitatif particulier

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 6

Etait-ce la première fois que vous aviez connaissance de l'existence du lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay ?

1- Oui
2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 7

Comment avez-vous appris, en premier, l'existence de ce site ?

1-Médias (radio,TV,journaux)
2-Kiosque d'information touristique
3-Bouche à oreille
4-Autre parc ou site
5-Signalisation routière
6-Autre

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 8

Est-ce votre première visite au site ?

1- Oui
2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 9

Avez-vous éprouvé de la difficulté à trouver le site ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 10

Combien de fois êtes-vous déjà venu(e) au cours des 2 dernières années ?

(inscrire le nombre de fois)

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 11

Quelle aura été la durée approximative de votre visite au moment où vous quitterez le site ?

(Sans tenir compte des 10 minutes de participation à ce sondage.)

1- Moins de 30 minutes

2- De 1/2 heure à 1 heure

3- De 1 à 2 heures

4- De 2 à 3 heures

5- Plus de 3 heures

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 12

Quelle est la raison PRINCIPALE de votre venue au site ?

1- Visiter le site

2- Intérêt pour l'histoire

3- Faire visiter à des parents ou amis

4- Faire une halte-repos

5- Aucune raison particulière

6- Autre

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 13

Quel type de véhicule avez-vous utilisé pour accéder au site ?

1- Aucun (à pied)
2- Bicyclette
3- Automobile
4- Automobile avec roulotte
5- Autobus
6- Roulotte motorisée
7- Motocyclette
8- Autre

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 14

Avez-vous visité au cours des 12 derniers mois ou, prévoyez-vous visiter dans les 12 prochains mois:

Le site archéologique de la Pointe-du-Buisson (Melocheville) ?

1- Oui
2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 15

Avez-vous visité au cours des 12 derniers mois ou, prévoyez-vous visiter dans les 12 prochains mois:

La centrale hydro-électrique de Beauharnois ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 16

Avez-vous visité au cours des 12 derniers mois ou, prévoyez-vous visiter dans les 12 prochains mois:

Le lieu historique national de Coteau-du-Lac ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 17

Au cours de votre déplacement, avez-vous visité ou prévoyez-vous visiter un ou plusieurs de ces trois sites ?

(Pointe-du-Buisson, centrale de Beauharnois, lieu historique Coteau-du-Lac)

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 18

Comment qualifieriez-vous:

L'accueil reçu au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay ?

1- Excellent

2- Très bien

3- Bien

4- Passable

5- Médiocre

6- Mauvais

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 19

Comment qualifieriez-vous:

L'exposition présentée à la salle des échecs ?

1- Excellent
2- Très bien
3- Bien
4- Passable
5- Médiocre
6- Mauvais
7- Je ne l'ai pas vue

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 20

Comment qualifieriez-vous:

Le film sur la guerre de 1812 ?

1- Excellent
2- Très bien
3- Bien
4- Passable
5- Médiocre
6- Mauvais
7- Je n'y ai pas assisté

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 21

Comment qualifieriez-vous:

L'exposition présentée au musée ?

1- Excellent
2- Très bien
3- Bien
4- Passable
5- Médiocre
6- Mauvais
7- Je ne l'ai pas vue

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 22

Comment qualifieriez-vous:

La présentation de la maquette au belvédère ?

1- Excellent
2- Très bien
3- Bien
4- Passable
5- Médiocre
6- Mauvais
7- Je n'y ai pas assisté

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 23

Dans laquelle des langues officielles préférez-vous obtenir des services ?

1- Anglais

2- Français

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 24

Comment qualifieriez-vous:

La qualité linguistique des services que vous avez reçus ?

1- Excellent

2- Très bien

3- Bien

4- Passable

5- Médiocre

6- Mauvais

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 25

Comment qualifieriez-vous:

L'ensemble de votre visite au site ?

1- Excellent
2- Très bien
3- Bien
4- Passable
5- Médiocre
6- Mauvais

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 26

Veuillez indiquer si l'affirmation suivante est vraie ou fausse.

La guerre de 1812 opposant les Etats-Unis et le Canada fut une conséquence d'un conflit plus général entre la France et l'Angleterre.

1-Vrai
2-Faux
3-Je ne sais pas

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 27

Veuillez indiquer si l'affirmation suivante est vraie ou fausse.

La bataille de la Châteauguay fut livrée sur les rives de la rivière du même nom, à proximité de l'actuel site historique national.

1-Vrai

2-Faux

3-Je ne sais pas

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 28

Veuillez indiquer si l'affirmation suivante est vraie ou fausse.

Le corps de soldats canadiens présent à la bataille de la Châteauguay était composé principalement de miliciens (soldats non professionnels) et d'Amérindiens.

1-Vrai

2-Faux

3-Je ne sais pas

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

VOUS ET LES VOTRES.

UN INSTANT S.V.P.

QUESTION 29

Dans laquelle des régions suivantes, votre résidence PERMANENTE est-elle située ?

1- Province de Québec
2- Nouveau-Brunswick
3- Nouvelle-Ecosse
4- Ile-du-Prince-Edouard
5- Ontario
6- Ailleurs au Canada
7- Etats-Unis
8- Autre pays

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 30

Pouvez-vous préciser la région administrative où vous résidez ?

1- Bas-St-Laurent - Gaspésie
2- Saguenay - Lac-St-Jean
3- Québec
4- Trois-Rivières
5- Estrie
6- Montréal
7- Outaouais
8- Abitibi-Témiscamingue
9- Côte-Nord
10- Baie-James - Nouveau-Québec

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 31

Dans quelle partie de la région de Montréal habitez-vous ?

(Consultez la carte à votre droite, si nécessaire)

1- Ile de Montréal/île Jésus
2- Haut-Richelieu
3- Vaudreuil-Soulanges
4- Rive-sud
5- Châteauguay-Valleyfield
6- Autre

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 32

Parmi les catégories suivantes, laquelle décrit le mieux votre groupe ?

1- Adulte(s) seulement
2- Adulte(s) et enfant(s)/adolescent(s)
3- Adolescents seulement
4- Autres

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 33

Combien de membres de votre groupe appartiennent à la catégorie d'âge:

11 ans et moins ?

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 34

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

12 à 17 ans ?

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 35

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

18 à 24 ans ?

TAPEZ 96 SI TOUT VOTRE GROUPE EST INSCRIT OU

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 36

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

25 à 34 ans ?

TAPEZ 96 SI TOUT VOTRE GROUPE EST INSCRIT OU

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 37

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

35 à 44 ans ?

TAPEZ 96 SI TOUT VOTRE GROUPE EST INSCRIT OU

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 38

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

45 à 54 ans ?

TAPEZ 96 SI TOUT VOTRE GROUPE EST INSCRIT OU

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 39

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

55 à 64 ans ?

TAPEZ 96 SI TOUT VOTRE GROUPE EST INSCRIT OU

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 40

Combien de membres de votre groupe (en vous incluant si approprié) appartiennent à la catégorie d'âge:

65 ans et plus ?

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE | VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 41

Vous-même, dans quelle catégorie d'âge vous situez-vous ?

1- 12 à 17 ans
2- 18 à 24 ans
3- 25 à 34 ans
4- 35 à 44 ans
5- 45 à 54 ans
6- 55 à 64 ans
7- 65 ans et plus

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 42

Dans quelle catégorie d'âge se situe la personne qui, LA PREMIERE, a proposé ou décidé de visiter ce site aujourd'hui ?

1- 11 ans et moins
2- 12 à 17 ans
3- 18 à 24 ans
4- 25 à 34 ans
5- 35 à 44 ans
6- 45 à 54 ans
7- 55 à 64 ans
8- 65 ans et plus

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 43

Quel est le sexe de la personne qui, LA PREMIERE, a proposé ou décidé de visiter ce site aujourd'hui ?

1- Homme

2- Femme

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 44

Combien d'années de scolarité avez-vous complétées ?

1- Moins de 8 années

2- 8 ou 9 années

3- 10 à 12 années

4- 13 à 15 années

5- 16 à 18 années

6- 19 années ou plus

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 45

Avez-vous l'intention de revenir à ce site historique ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 46

Y a-t-il des activités ou des services additionnels

que vous auriez aimé retrouver à ce site ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

QUESTION 47

Avez-vous des commentaires ou suggestions à formuler sur votre visite au site, sur les services reçus ou sur des éléments particuliers des salles et des expositions ?

1- Oui

2- Non

INSCRIVEZ VOTRE REPONSE ET APPUYEZ SUR LA TOUCHE <ROUGE>

TAPEZ 99 POUR CORRIGER REPONSE PRECEDENTE

VOTRE REPONSE S.V.P. ==>

Nous regrettons de ne pouvoir enregistrer vos commentaires directement. Nous espérons que vous prendrez quelques instants pour inscrire vos commentaires ou suggestions sur les fiches mises à votre disposition.

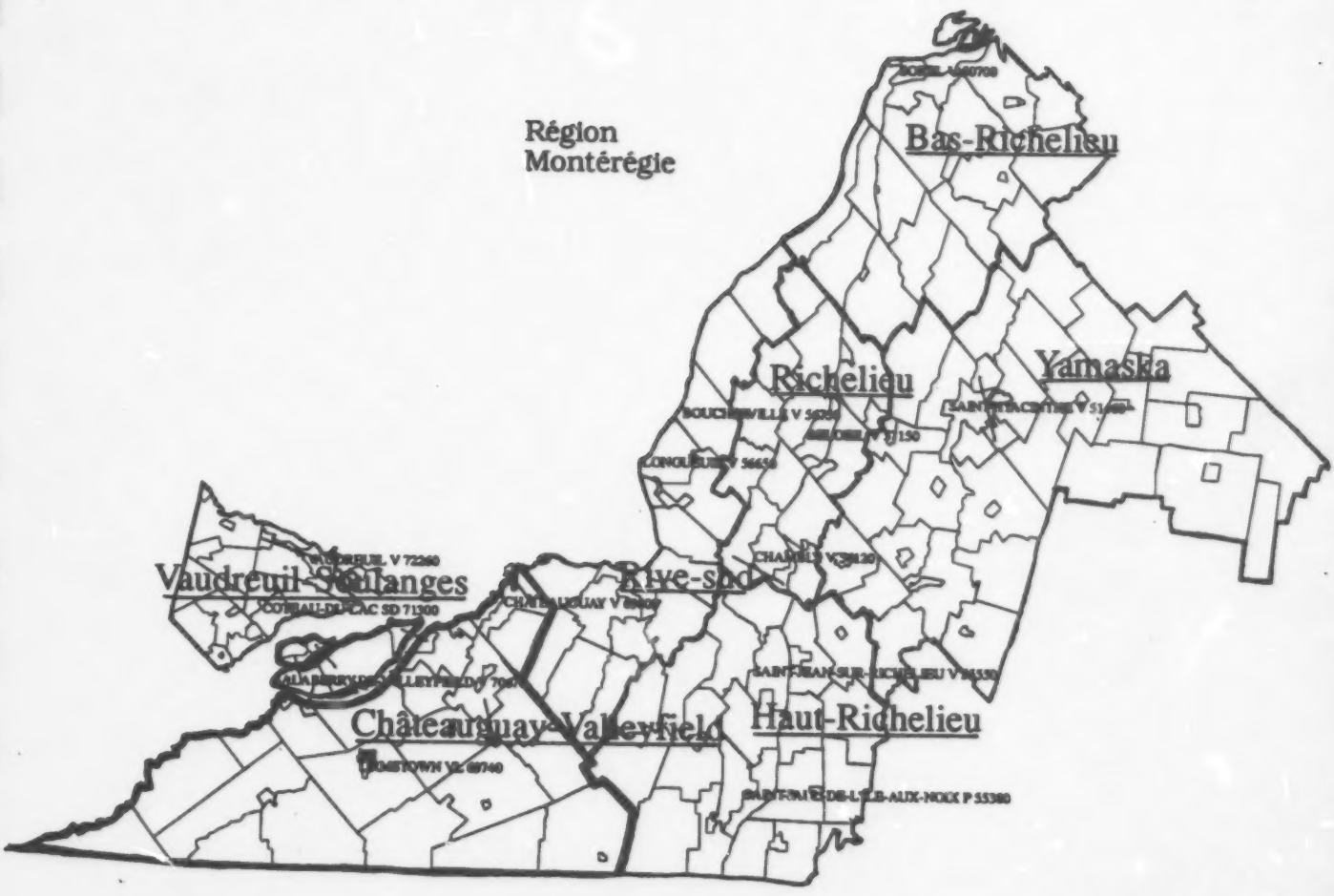
MERCI DE VOTRE COLLABORATION !

Les résultats seront disponibles en communiquant avec le Service canadien des parcs. N'hésitez pas à nous contacter. Informez-vous auprès du personnel pour connaître nos coordonnées.

BONNE FIN DE JOURNEE !

ANNEXE B

LOCALISATION DU LIEU HISTORIQUE NATIONAL DE LA BATAILLE-DE-LA-CHÂTEAUGUAY DANS LA RÉGION ADMINISTRATIVE DE LA MONTÉRÉGIE


Région
Montérégie
Bas-Richelieu
Richelieu
Yamaska
Vaudreuil-Soulanges
Rive-Sud
Châteauguay-Valleyfield
Haut-Richelieu

ANNEXE C

SUGGESTIONS ET COMMENTAIRES INTÉGRAUX

SUGGESTIONS ET COMMENTAIRES INTÉGRAUX

Cette annexe reprend intégralement l'ensemble des commentaires formulés par les visiteurs au lieu historique national de la Bataille-de-la-Châteauguay durant la période couverte par l'étude de 1990, soit 21 fiches remplies durant la saison estivale. Les commentaires sont présentés en ordre chronologique selon la date de visite du répondant.

La question posée au répondant était la suivante : «Nous regrettons de ne pouvoir enregistrer vos commentaires directement (à l'ordinateur). Nous espérons que vous prendrez quelques instants pour inscrire vos commentaires ou suggestions sur les fiches mises à votre disposition».

Juin :

«The exhibit would be enhanced with more info about the battle»

«Avoir des changements dans la salle des échecs»

«Mauvaise climatisation dans la première salle visitée. Mauvais focus et mauvaise sonorité hors du visionnement, merci»

«Le son du film pourrait être amélioré»

«Reconstitution de la bataille de la Châteauguay avec costumes et participants»

«Un deuxième film. Une maquette plus évidente et des positions de soldats et fortifications (avant-garde)»

«Reconstitution des abattis sur les lieux originaux»

Juillet :

«Refaire le film qui n'est pas clair et repenser la salle des échecs»

«Plus d'informations sur l'histoire politique de l'époque, entre «Canadiens» et Britanniques d'une part et entre Britanniques et Américains d'autre part»

«Meilleures indications routières, plus de publicité»

«Laisser tomber l'aspect militaire - Intéressez-vous à l'aspect socio-économique et politico-culturel et regardez l'appui que voulaient offrir les Américains et Canadiens-français pour combattre la Grande-Bretagne et ne pas souligner le fait que les Anglais ont sauvé le Haut-Canada et le Bas-Canada.

N.B. Les Canadiens-français désiraient autant que les Américains de faire disparaître la Grande-Bretagne du continent nord-américain. N'oubliez pas que les Américains étaient indépendants de la métropole britannique»

«À sortir des décorations extérieures/sites extérieurs. Théâtre, mise en scène de la situation de cette guerre une fois/été. Merci!»

«Light refreshments»

Août :

«Très bien. Mieux que nous espérions!»

«Excellente visite, bien guidée. Le film était excellent, bravo!»

«Avoir une bouteille d'eau de source pour les visiteurs»

«Restaurant en cafétéria serait un atout. J'aimerais voir plus d'artefacts et des répliques grosseur nature sur le site»

Septembre :

«Un bon centre de référence pour les chercheurs en histoire devrait exister sur place»

«J'ai bien apprécié la journée de festivités, danse, musiciens, blé d'Inde; créer une atmosphère sympathique et particulière. Merci»

«J'aimerais aussi plus d'activités sur la nature et sur la bataille».